

跨国商务文化 差异的对比分析

温耀庆

摘要: 经济全球化趋势的日益加强引起国际间商务交往活动的频繁和密切,在跨国界的商务交往中,注意各国的商务文化差异,消除商务交往中的文化障碍就显得尤为重要,否则将会引起不必要的误会,可能直接影响商务交往的实际效果。针对此问题,本文主要从商务时间观、商务空间观、商务价值观和道德观、商务权力观和人际交流 5 个角度作了分析探讨,以期窥探跨国商务文化的差异。

关键词: 跨国商务文化;差异;对比分析

中图分类号: F 740 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894(2001)04-0016-04

当今时代,随着经济全球化趋势的日益加强,国际间商务交往活动也日趋频繁和密切。其中跨国公司“以世界为工厂、以各国为车间”从事全球化经营的成功运作不仅要求拥有先进的技术和精湛的经营管理,还必须克服不同国家、不同地区间的文化差异,尤其是消除商务文化方面的障碍。否则,在跨国界的商务交往中,往往会由于彼此间商务文化的差异而导致商务信息传递不畅,甚至有时出于善意的言语和礼貌的举止也会让对方感到尴尬,严重时还会造成毫无必要的分歧和矛盾,直接影响商务活动的办事效率。因此,研究商务文化的差异,研究正确的跨国商务文化交际已成为经济全球化时代背景下刻不容缓的新课题。

一、商务时间观

在跨国商务文化差异中,时间观念的差异是首要的,在很多情况下,往往由于各国、各地区、各民族对同一时间理解的差异而导致商务活动安排的紊乱,造成既定的商务计划无法顺利开展。跨国商务时间观的差异主要有:

1. 时间概念的不同 现在多数人持“线性”的时间概念,即认为时间包括过去、现在、将来等不相重复的时段,每天都在变化,所以他们注重更新知识、发明创造。但仍有一些落后地区的人们还是持有“环性”的时间概念,以为时间像一个封闭的圆环在滚动,循环不已。例如,在美国人眼里时钟像在“跑”,时间是一种特别珍贵和有限的资源。以商业拜会为例,拜访者总是十分守时。他们认为,过早到达可能给人过于急切,或过于空闲的印象;迟到让人等候则让人感觉你缺乏诚意,不尊重人。见面后,相互之间一般只简单寒暄几句,就进入主题,期望在 20 至 30 分钟内解决问题。澳大利亚、以色列、德国、瑞典和斯堪的纳维亚等国

家和地区的人对待时间的态度和美国人相似。但在世界其他许多地方则不同,人们赴约迟到甚至不赴约的现象司空见惯。在阿拉伯、南美和亚洲某些国家,如在会谈中表现出不耐烦会让人惊讶。许多国家商务会谈可能一开就是几个小时,甚至数次都不涉及正题,而是走一些必不可少的客套,诸如拉家常,喝咖啡,饮茶之类。阿拉伯人认为喝咖啡和聊天也是工作的一部分,而美国人则视之为浪费时间。

2. 作息时间的习惯不同 如就餐时间,荷兰人就餐速度较快,只需20分钟,而法国人则喜欢“细嚼慢咽”,他们吃饭一般需要2个小时左右。所以,如果你让对方“快点吃”,显然双方对此的理解是有差别的。再如午餐开始的时间,法国人习惯从中午12点开始,而西班牙则完全不同,他们的午餐是下午3点钟开始。因此,如在商务活动中约定“午饭后开始谈判”,则必须要明确地规定几点几分,否则将会给谈判双方造成时间的浪费。

3. 时间支配方式不同 时间支配方式主要有2种,一种是“单向”型的,另一种是“复合”型的。前者典型的国家如美国、德国、瑞士,这些国家的商务人员习惯在同一个时间段只做一项工作,其优点是可以集中注意力,全身心地投入到工作中去,然后迅速地转移到另一项工作,有助于提高工作时间的使用效率,但缺陷表现为不易兼顾其他工作。而“复合”型时间支配方式强调在同一时间段可以同时开展其他工作,因而有可能表现为一定的“无组织纪律性”和“时间观念差”。如开会议时可以打电话、聊天或干其他私事等,这样,从一项工作转移到另一项工作的时间就会很长,效率低下,其典型国家是法国。

4. 衡量时间的尺度标准不同 世界各国由于历史的长短而促使各民族潜意识中划分时间尺度的差异,如对公司工作的定期总结,法国公司基本是一年一次,而美国公司则为每年4次。企业的中长期计划法国一般以5年作为一个周期,而美国往往仅为1年甚至半年。

二、商务空间观

对空间的理解是商务文化的另一个特性。西方学者的研究表明,空间问题与人的思维、情绪、经济与社会行为都存在一定的关系。跨国商务空间观的差异主要体现在:

1. 不同群体空间开放程度不同 如美国人在工作时,当其门开着的时候,表明愿意与外界沟通,开放程度较高,反之当门关着的时候,则表明主人此时不愿意受外界干扰,因此,此时仍然毫无顾及地走进去与其交谈,无疑将会招致主人的不满。而德国的企业家则不同,他们在工作时,门总是关闭着的,被视为希望自己的工作空间是安静和封闭的,不愿接受外界的打扰,因此德国人习惯于在工作、谈判和开会时把门关上,但对外人来访并不拒绝,只要敲门即可,即使未经许可也可进入。

2. 空间占有欲不同 有些国家的人总是倾向于把所有的资金、任务、计划等空间利益据为己有,哪怕自己没有能力充分运用这些空间利益,也不愿“肥水外流”,这样就制约和阻碍了经济和社会的进步发展。而在法国,人们则比较讲究合作精神,追求不同部门之间的分工协作,发挥各自的比较优势,这样就能大大促进经济和社会发展。

3. 对各自空间保留的需求不同 西欧人握手时两人的空间距离大体保持在两臂左右,而阿拉伯国家的人初次见面,为表示亲热则需要通过身体近距离的多处接触,如拥抱、搭肩等。美国人则一般扬手打个招呼即可,即使握手也不用力。

一般而言,人们对宽敞的空间会产生某种舒适感,而如果空间比较狭窄,人们就会感到

压抑和局促不安。所以,西方人在谈判时,如果想向对方表示欢迎和友好,就把房间和对方的座位安排得宽敞些,反之就给安排得很狭窄拥挤。

三、商务价值观和道德观的差异

跨国商务价值观和道德观的差异集中表现为中西方的差异,其根源在于道德本位的迥然不同。

1. 价值观差异 西方伦理重竞争,崇拜个人奋斗,鼓励民众不断开拓创新,挑战自我。而在取得成就后,毫不掩饰自己的自信心、自豪感、荣誉感,所以无论在何时何地,西方人在受到赞扬或夸奖时,总是以“thank you”作微笑应答。而相比之下,中国文化要求民众循规蹈矩,实行中庸主义,主张含蓄、谦虚、不张扬,反对王婆卖瓜式的自吹自擂,然而中国式的内敛和自我否定却常常令西方人倍感不快。“Your English is so good,” “No, no, no, it is poor.”在西方人的眼中,这种谦虚不仅否定了自己的能力,而且还否定了赞扬者的鉴赏力。在经济全球化时代,这种过分谦虚是无法满足跨国商务活动的需要的,更是新经济时代的竞争市场不受欢迎的。

2. 道德观差异 在中国,人们都以“我为人人、人人为我”为行为准则,东方的道德观强调无私奉献,乐于助人是一种高尚的美德。而西方人的平等意识、自我中心意识和独立意识较强,人人都尊重自己,不允许别人侵犯自己的权利,个人利益永远是属于第一位的,自己只对自己负责,每个人的生存方式和生存质量完全取决于自己的能力,因为他们知道,只要自己努力,就一定能取得成功。正如美国一句谚语所言:“只要努力,牛仔也能当总统。”因此在西方商务活动中,人们既不习惯关心和帮助他人,同时更不习惯接收他人的帮助,因为接收帮助只会表明自己的无能,而主动帮助他人则会被误认为蔑视对方,甚至是干涉别人私事。这就要求在进行跨国商务交往活动中,尽力培养和提高自身独立处理事情的能力,在别人没有主动提出时,不要轻易施助于人。

四、商务权力观的差异

商务权力观的差异主要体现在两个方面:

1. 各国权力距离大小的不同 所谓权力距离是指在同一个民族、机构或组织内上下级之间关系因权力大小的差别而形成了商务交往与行为上的差距。在不同的国家和民族,这种阶层之间的差距因为文化传统的关系是各不相同的。一般来说,发展中国家上下级之间的“权力距离”要比工业发达国家的距离大,而权力距离越大则表明领导风格越独裁。相比之下,发达国家的个人主义原则性强,人际间的权力距离就比较小。

2. 各国对权力使用和监督的不同 制裁作为商务活动中权力运用的主要手段和执行权力的主要功能,各国对制裁手段的运用或松或紧,如德国运用制裁手段就比较适度,法国紧中有松,变化不定,容易造成“冤假错案”,使得本应受制裁的而未得到应有的惩罚,相反使得不应受制裁的反而蒙冤。美国人对外的制裁毫不留情,如美国对古巴、伊拉克的经济和贸易制裁都使得这两国人民饱经沧桑,遭受前所未有的痛苦。另外,与制裁手段对应,各国对权力运用的监督力度也不尽相同。一般在权力监督得力的国家,滥用权力的现象较少发

生,而在权力监督机制不完善的国家,执掌权力的人往往为了显示自己显赫的权力地位或故意卖弄自己手中的权力,设置重重障碍,把简单的问题复杂化,以此满足个人虚荣心的需要。如在一些公共事业服务部门,服务人员往往认为他人有求于自己而经常怠慢和刁难民众,从而导致服务质量低下,如果发生在竞争性的行业则致使顾客的流失,如果发生在垄断行业则直接导致怨声载道,严重则会引起罢工等过激行为,对商务活动的开展造成不利的影响。

五、人际交流的差异

商务礼仪差异虽不是跨国商务活动中最主要的差别,但却是日常商务交往中最明显、最为人讲究的区别,主要体现在中西方商务文化的差别上,具体表现为:

1. 寒暄方式 中国人初次见面喜欢询问对方的姓名、年龄、职业、甚至收入等个人情况,而西方人则最忌讳陌生人问及诸如年龄和收入等个人私事。再如中国人偶遇老相识,总喜欢寒暄道:“吃饭了吗?”“上哪儿去?”“去上班啊?”甚至还会调侃地说道:“老兄,近来发福了嘛!”或关切地问道:“看你气色不大好,要多注意身体呵!”但所有这些在西方人看来都无法理解,因为他们认为你礼貌的问候和善意的关心是在干涉私事,并容易产生误会。所以,在商务活动中,如果你对西方人说“Have you had your lunch?”、“Where are you going?”、“You are becoming fatter.”之类问候,或让对方感到尴尬和难以作答,或误认为你想请他吃饭。西方人见面,通常以天气打招呼,如“Nice a day, isn't it?”或简单说声:“Hello”即可。

2. 致谢方式 通常中国人不擅于说“谢谢”,总觉得害羞,而西方人则整天将“Thank you”挂在嘴边。在商务交往中对于他人的赞扬或赞美,中国人一般都很谦虚,通常以“哪里”、“惭愧”、“拙笔”、“一般”等作答,而西方人总是得意地说声“Thank you”。

3. 交流方式 美国人性格直爽而急躁,人们常相互提醒对方的一句话是:“直说吧,行还是不行?”比如签合同,他们总希望尽可能具体和详细。如果一个人希望出售某项产品,便会不加掩饰地提出来。日本人却完全不同,他们认为否定对方的建议和观点很不礼貌,有损双方的和谐关系。因此,如谈判时不同意对手提出的建议,为避免冲突,一般不明确说“不”。如必须加以否定,则尽可能含蓄,比如用“我们一定会予以考虑”来敷衍对手提出的要求。一旦进入僵局,典型的日本人所作出的反应是沉默,改变话题,借口向总部请示或采取别的一些推诿方法。

4. 招待方式 尤其在就餐时,西方人主张“Help yourself, please!”,而中国人向来以好客著称,对来客招待热情周到,生怕有什么不周,所以总是一杯杯斟酒,一遍遍上菜,客人不吃不行,不喝也不行,使西方人总觉得难以招架。但在西方人的眼中,这种热情好客却被视为一种不文明的行为。由此可见,了解跨国商务礼仪文化的差别对提高商务交际能力有着极其重要的意义,它有助于正确地理解和对待不同国家和地区的言行习惯,充分了解商务交际对象,尊重对方的风俗习惯,以期达到最佳的商务交际效果。

(作者单位:上海对外贸易学院)

参考文献:

- [1] 《国际商务礼仪》,王振槐著,中国审计出版社,1997。
- [2] 《经营管理——从西方到东方》,饶美娇著,大学出版社,香港,1987。
- [3] 《企业文化与经营业绩》,约翰·科特著,曾中等译,华夏出版社,1997。